

Ege Bölgesi'nde Dalgıç Pompa Tanıtım Etkinlikleri

Geçen sayımızda tarımda yeraltı sularının tarım alanında kullanımı için çalışmaların başladığı 1970'li yıllarda Alarko'nun üreticilerin ihtiyacını görerek Devlet Su İşleri'nin (DSİ) yurt dışından getirdiği az sayıda pompanın ihtiyaca cevap vermediğini belirleyerek 1972 yılında dalgıç pompa üretimine başladığını, önce lisanslı olarak 1974'den itibaren tamamen yerli dalgıç pompa üretimine başladığını anlatmıştık. Sonraki yıllarda ise dalgıç pompa serileri tamamlanmış, teknolojisi geliştirilmişti. Ürün ortaya çıkmıştı. Bu ürünün pazara sunulması değil, tanıtılması gerekiyordu. Çünkü böyle bir pazar henüz oluşmamıştı. Üstelik müşteriler hemen ulaşılabilecek konumda değillerdi; Anadolu'da kasabalarda, köylerde çalışmak gerekiyordu. Dalgıç pompaların pazara tanıtılması ve sonuçta bayilerden, servislerden oluşan bir satış ağı kurulması öyküsü gerçekten ilginçti. Çünkü daha önce böyle bir deneyim yaşanmamıştı. Alarko sadece dalgıç pompayı üretmekle kalmamış, aynı zamanda pazarını oluşturmak görevini de üstlenmişti. Türkiye'de dalgıç pompa pazarını oluşturan çalışmaları ve sonuçlarını, bu deneyimi bizzat yaşayan o dönemde İzmir Şube Müdürü olan Haluk Ferizoğlu ve Dalgıç Pompa Satış Sorumlusu Hüdai Öztürk'ün anlatımlarıyla sunuyoruz.

1970'li yıllarda sulu tarım yapılan bölgeler çok sınırlıydı. Bunların içinde Ege, Çukurova, Trakya bölgeleri öne çıkıyordu. Bu bölgelerde yüzey sularının bulunduğu yerlerde santifüj pompalar yaygın olarak kullanılıyordu. Bu kolay bir yöntemdi. Yakındaki göl, nehir veya dereye bir hortum uzatılıyor, hortumun ucuna bir pompa yerleştiriliyor, pompa çıkışına bağlanan bir hortumla su istenilen yerlere gönderiliyordu. Gerekli olan tarlaya yakın bir yerde pompayı çalıştıracak elektrik beslemesi olmasıydı. Bazı yörelerde ise sınırlı olarak yeraltı suyu kullanımı vardı. Su yeraltından dikey milli derin kuyu su pompaları ile yeryüzüne çıkarılıyordu. Bu yöntemde sondaj yapılması ve oldukça zor bir işlemle kuyuya indirilen pompanın yukarıdan dikey bir mil yardımıyla çalıştırılarak su emilmesi gerekiyordu.



Ege'de bir kasabada uygulamalı olarak yapılan halka açık bir tanıtım toplantısı. Yazın toplantılar genellikle akşamüzeri ve gece yapılıyordu.

Dolayısıyla bu yöntem daha pahalıydı. Ayrıca pompanın sık sık arızalanması, düşük verimde çalışması vb gibi nedenler yaygınlaşmasını da önlüyordu. Santrifüj veya dikey milli pompaların kullanıldığı yerlerde şehirlerde ve kasabalardaki "uzmanlaşmış" ustalar servis görevi yapıyor, böylece pompaların sürekli kullanım olanağı oluşuyordu.

Henüz Bir Pazar Oluşmamıştı

Bu koşullarda başlangıçta dalgıç pompalar kamu kesiminde DSİ ve İller Bankası'nın projelerinde, sınırlı olarak belediyeler ve özel sektörde kullanılıyordu. Bu da çok sınırlı bir pazar demekti. Bu nedenle Alarko'nun ürettiği dalgıç pompalar sanayiye yapılan satışlar içinde değerlendirilmiş ve o dönemde satış ve teklif işleriyle ilgili olarak teknik büro görevlendirilmişti. Oysa dalgıç pompaların gerçek pazarı tarım çiftlikleri ve köylülerdi. Ancak öyle bir pazar da talep de henüz yoktu.

1990'lı yılların başından itibaren tarımsal elektrifikasyonun yaygınlaşması, tarımsal sulamada kullanılmakta olan derin kuyu pompalarının yeraltı su seviyelerinde meydana gelen düşüşler nedeni ile sorunlu bir ürün olmaya başlamasıyla birlikte dalgıç pompalar bir alternatif olarak tarımsal sulamada gündeme geldi.

Dalgıç Pompalar Tanınmıyordu

Dalgıç pompalar, yer altından su çıkaran diğer derin kuyu milli pompalar gibi yeryüzünden bir mil aracılığı ile tahrik edilmemesi, motorunun su içinde çalışıyor olması ve bir boru vasıtasıyla suyun yeryüzüne çıkarılabilmesi, sorunsuz montajı, yüksek verimi, daha az enerji tüketmesi, uzun ömürlü olması vb gibi nedenlerle santrifüj ve dikey milli pompalara karşı belirgin üstünlükleri vardı. Ancak potansiyel pazarda hemen hiç tanınmıyordu.

Bu koşullarda, özellikle tarımsal sulama pazarındaki bu fırsat değerlendirmek amacıyla satış birimleri içinde ayrı bir dalgıç pompa bölünmesinin kurulması, hızla yeni bir yapılanmaya geçilerek pazarda gelişim için yeni stratejiler geliştirme yoluna gidilmesi düşünüldü. Bu stratejinin uygulanması için Ege Bölgesi en uygun coğrafya olarak görünüyordu. Bu değerlendirme ile Ege Bölgesi için İzmir Bürosu'nda Dalgıç Pompa Satış Birimi oluşturuldu ve bir satış sorumlusu görevlendirildi. Bu girişim Türkiye'de dalgıç pompa pazarının oluşumu için girişilmiş ilk deneyimdi.

Pazardaki Sorunlar

Yapılan pazar analizlerinde ve doğrudan pazarda yapılan incelemelerde dalgıç pompaların santrifüj ve dikey milli pompalar karşısındaki üstünlükleri açık olarak belirlendi. Çiftçiler ile yapılan değerlendirmelerde su seviyelerinin azalması nedeniyle bu tür pompalar daha aşağı indirilmek zorunda kalındığı bu durumun da özellikle yataklamadan kaynaklı problemler sonucunda çok sık mil kesme ve mil kırılması gibi sorunların oluştuğu, zaman, iş gücü kaybının ortaya çıktığı, zamanında sulama yapılamaması sonucu ürün ve dolayısıyla ekonomik kayıpların oluştuğu belirlendi.

Her şey dalgıç pompaların lehinde gibi görünüyordu. Hal böyleyken bu pompalar neden tercih edilmiyordu? Öncelikle çiftçilerin bu yeni ürüne erişim kanalları yoktu. Dolayısıyla ürün hakkında teknik ve maliyet olarak fazla bilgileri de yoktu. Bozulursa ne olacaktı? Ürün tarlada kalabilirdi? Yeni bir makine yeni bir yatırım yapmak demekti. Oysa eski makine iyi-kötü işini görüyordu. Dalgıç pompaların daha ekonomik olması, uzun vadede yatırımlarını geri alabilecekleri gibi konular zaten ekonomik olarak fazla olanağa sahip olmayan, sınırlı bir pazar içinde üretim yapan çiftçileri ilgilendirmiyordu. Bu gibi nedenlerle çiftçiler yeni teknolojileri kullanmakta temkinli davranıyorlar, alışageldikleri ürünleri kullanmakta, yarattığı sorunlara rağmen, daha istekli oldukları görünüyorlardı.

Tanıtım Stratejisi Belirleniyor

Pazarda yapılan inceleme ve değerlendirmeler sonucunda, Alarko Alfenaş açısından öncelikle henüz olmayan bir yetkili satıcı ağı oluşturularak bölgede daha fazla noktada potansiyel alıcılara bilgi aktarılması ve buna bağlı olarak satış faaliyetlerinin örgütlenmesi, ayrıca kullanıcılara güvence vermek için montaj ve çalışma sürecinde ortaya çıkabilecek sorunları yerinde ve hızlı bir şekilde giderilebilmesi için yetkili servis ağı oluşturulması yoluna gidildi. Özellikle yetkili satıcı ve servis noktasında ortaya çıkabilecek sorunlar karşısında çiftçileri mağdur durumda bırakmamak amacıyla ihtiyaca uygun bir yedek pompa ile arızalı ürünün değiştirilmesi gibi olanakların sunulması da yararlı görüldü.

Bundan sonra potansiyel kullanıcıların bilinçlendirilmesi amacıyla Alarko dalgıç pompalarının tanıtılmasına yönelik bir dizi etkinlik planlandı. Dalgıç pompa broşürleri vardı. Fakat pompa seçimi,



Bir kasabada Alarko dalgıç pompa bayisinin düzenlediği tanıtım standı. Sınırlı olanaklar içinde hazırlanan ortamlarda ziyaretçilerle yüzyüze konuşma olanağı sağlanıyordu.



Bir kentte açık fuar alanında düzenlenen standta Dalgıç Pompa Satış Sorumlusu Hüdai Öztürk ziyaretçilere bilgi verirken.



Alarko İzmir Şube Dalgıç Pompa Satış Sorumlusu Hüdai Öztürk

pompa montajı gibi bilgileri içeren bu broşürler teknik bilgi ağırlıklıydı. Hedef alınan müşteri kitlesi çoğunlukla köy ve kasabada oturan çiftçilerdi. Dolayısıyla onların bu broşürleri okuyarak bilgilenmeleri ve tercih belirlemeleri çok mümkün görünmüyordu. Bu nedenle olabildiğince olası müşteri ile yüz yüze ve birebir temas kurulması ve sözlü anlatıma önem verilmesi düşünüldü. Kuşkusuz binlerce insanla tek tek ilgilenmek mümkün değildi. Bu nedenle köylerde toplantılar düzenlemek, buralarda doğrudan pompa üzerinden canlı bir anlatım yapmak, ancak yörenin önde gelen ve güçlü bir potansiyel alıcı profili gösteren kişileriyle doğrudan ilişki kurmak gibi yöntemler tercih edildi. Programda köy ve kasabalarda kurulan yerel tarım fuarları, panayırlar vb gibi toplumsal etkinliklerin değerlendirilmesi de düşünüldü.

Tanıtım Filmi Hazırlanıyor

İlk deneme tanıtım toplantılarında müşterileri ilgisini dalgıç pompa üzerinde yoğunlaştırmada zorluklar yaşandığı belirlendi. Ürünle kendisi arasında doğrudan bir ilişki kuramıyor, "izleyici" konumunda kalıyorlardı. Bunun üzerine özellikle köy toplantılarında, fuarlarda kullanılmak üzere bir film çekilmesine karar verildi. Filmde dalgıç pompanın yararları pompa üzerinde, resim ve fotoğraflarla kısaca gösteriliyordu. Sonra dalgıç pompa kullanan çiftçilerin açıklamalarıyla ürünle bir ilişki kurmaları sağlanmaya çalışılıyordu.

Tanıtım filminin de kullanılacağı etkinlikler için, dalgıç pompa kullanımına en uygun bir kaç bölge seçilerek güçlü alıcı profili gösteren sınırlı bir hedef kitleye yönelik deneysel tanıtım toplantıları düzenlenmesi ve buradan elde edilecek sonuçlara göre daha geniş kitlelere açılım yapılması değerlendirildi.

Filmin tamamlanması ile birlikte derinkuyu pompalarının yaygın olarak kullanıldığı Ödemiş, Tire, Bayındır gibi İzmir ilçeleri ile Muğla'ya bağlı bazı yörelerde kanaat önderi olabilecek çiftçilerle toplantılar yapıldı. O günün şartlarında film beklendiği gibi dikkatleri ürün üzerinde toplanmasında etkili bir rol oynadı. Filmden sonra yapılan ve bir sohbet havasında geçen ürün tanıtımları da daha etkileşimli gerçekleşti. Bu değerlendirmeden sonra, köy muhtarlarının yardımları ile köy kahvelerinde film gösterimi ve çiftçiye ürün ile ilgili bilgiler verilmeye başlandı. Ayrıca pazarlama faaliyet yürütülen tüm bölgelerde panayır, fuar, sergi, kurtuluş günü şenlikleri gibi bölgesel etkinliklerde standlar açılarak dalgıç pompaların yaygın olarak yöre çiftçilerine tanıtımlarının yapılmasına başlandı.



Kapalı bir ortamda hazırlanan tanıtım standı. Masanın üzerindeki televizyondan hazırlanan salgıç pompa tanıtım filmi gösteriliyor.

Satışlar Artıyor

Yürütülen tüm bu faaliyetler sonucu dalgıç pompalar hakkında hızlı bir bilinçlenme ve beraberinde de talep oluştu. Ege bölgesi pazarında satışlar, ilk yıl itibarı ile dört kat arttı. Bu hızlı gelişme sonucu hem pazarı genişletmek, bunun için seçilecek yeni hedef bölgelerde faaliyet yürütmek ve taleplerin zamanında karşılanmasını sağlamak amacı amacıyla, ayrıca sipariş alma, takip ve sevk süreçlerini yönetmek için iki personel daha alındı. Böylece İzmir Bölgesi Dalgıç Pompa Bölümü oluşturuldu.

Öteki Şubelerde de Faaliyet Başlıyor

İzmir deneyiminden sonra Ankara, Antalya ve İstanbul şubelerinde dalgıç pompa bölümleri kuruldu. Buralarda pazarlama faaliyeti yürütecek elemanların İzmir Şubesi'nin deneyimlerinden yararlanmasını, İzmir Bölgesi'nde yürütülen pazarlama çalışmalarını yerinde inceleyip takip etmelerini sağlamak için İzmir'de bir süre eğitime görmeleri kararlaştırıldı. Bu organizasyonun kurulmasıyla birlikte tüm Türkiye'de tarımsal sulama alanında, köy içme suyu sağlama faaliyetleri amacıyla alım yapan DSİ ile ve belediyeler ile etkin çalışmalar yapıldı. Özellikle turizm sektörünün hızla büyümesine paralel olarak bu sektör içinde de pazarlama ve satış çalışmaları yürütüldü. Yapılan çalışmalar sadece satışa odaklı kalmadı. Gerek kamuda çalışan teknik personelin bilgilendirilmesi, özellikle pompa seçimi ve su hatlarının projelendirilmesinde teknik donanımlarının geliştirilmesi yönündeki faaliyetlerle çeşitlendirildi. Özellikle dalgıç pompaların sağlıklı çalışmalarının ilk koşulunun iyi açılmış bir sondaj kuyusu olması gerektiği bilincinden hareketle, sondaj kuyularının açılması ve projelendirilmesinde faaliyet gösteren sondaj firmaları ile yakın temas kuruldu. Bu firmalara ciddi anlamda teknik destek sağlandı. Bir çok yerde sondaj firmaları aynı zamanda dalgıç pompa satışını da gerçekleştiriyordu. Çiftçilerin karşılarında bir sorumlu görmeleri güven yaratıyordu. Bir süre bu firmalar ile peryodik olarak yıllık toplantılar yapılarak bu alandaki bilgi birikimlerine katkı sağlandı.

Dalgıç Pompa Alarko Ürün Listesinde Yerini Koruyor

1998 yılında Carrier ile yapılan ortaklık sonrası da dalgıç pompalar geliştirilmeye devam edildi. Özellikle kamu alanındaki kullanımlarda gerek İller Bankası gerekse DSİ alımlarının Alarko Dalgıç Pompaları önemli bir marka olmaya devam etti. Tüm bu etkinler sonrasında, arkasındaki güçlü Ar-Ge çalışması ve deneyimi olan Alarko dalgıç pompaları Türkiye'de olduğu kadar yurt dışında da aranılan ve tercih edilen bir ürün haline geldi. Alarko Carrier'ın temel ürünlerinden birisi haline geldi. Dalgıç pompalar halen birçok ülkeye ihraç ediliyor. Yurt içinde ise şubelerde kurulan Dalgıç Pompa Satış Müdürleri yeniden yapılandırılıyor. Bu kapsamda son birkaç yılda yetmişin üzerinde yeni satıcılıklar oluşturuldu, show roomlar açıldı. İzmir, Ankara ve İstanbul satış ofislerinde yeni bir kadrolaşmaya gidilerek pazar etkinliğimizin artırılması yönünde çalışmalar yürütülüyor.

Dalgıç Pompa Ürün Müdürlüğü yurt içinde ve yurt dışında ürün ile ilgi çalışmaları kontrol ve koordine ederken yeni ihtiyaçlar kapsamında ürünün geliştirilmesi ve ürün türlerinin zenginleştirilmesi konularında üretim birimine bilgi ve veri sağlıyor. Özellikle ürün verimliği artırmak için Pompa Ar-Ge Bölümü üniversiteler ve TÜBİTAK ile birlikte projeler yürütüyor.